

Arma de abducción masiva

Al futuro no paran de matarlo y el presente tampoco se encuentra muy bien, pero el pasado tiene una pinta cada vez mejor: la nostalgia se ha convertido en la fuerza más poderosa de nuestros tiempos

LA NOSTALGIA NACIÓ COMO una enfermedad. Literalmente: la que sufrían los mercenarios suizos que batallaban en el extranjero a finales del siglo XVII. Así lo tipificó el estudiante de medicina Johannes Hofer, con el neologismo resultante de *nostos* y *algia*, es decir, *regreso a casa* y *dolor*. Hoy la enfermedad que carcome la nostalgia es otra. Ejerce de arma de abducción masiva que todo lo tiñe: de la retórica del neoliberalismo a la cultura del entretenimiento. Un



proceso que se ha acelerado en el mundo post-11-S, en el que ya nadie está seguro. El pasado se ha convertido en el mejor refugio ante un presente trastornado y un futuro apocalíptico. Lo elabora el crítico cultural Grafton Tanner en su ensayo *Las horas han perdido su reloj. Las políticas de la nostalgia* (Alpha Decay). La pregunta que nos lanza: ¿es posible utilizar el poderoso sentimiento de la nostalgia de forma positiva para avanzar hacia un futuro mejor?

Si atendemos a los acontecimientos actuales, está complicado. Discursos reaccionarios de políticos como Bolsonaro, Meloni, Sunak o Trump y sus herederos incendian una conciencia colectiva aterrada y frágil. Lo explica Tanner: “Un líder que insiste en que sintamos nostalgia por una versión patriotertera del pasado y que jura volver a esos días es extremadamente peligroso. Al confiar en la nostalgia, la derecha apunta a los prejuicios de su base. Con su *Make America Great Again*, Trump prometía devolver al país a un período en el que los hombres blancos gobernaban el mundo. Los fascistas promueven esa patria imaginaria. Por eso desde la izquierda se habla de la nostalgia con condescendencia. Pero la derecha no es su dueña; solo le resulta útil para promover el discurso del odio”. Y continúa: “Históricamente se ha intentado impugnar la nostalgia, enmarcándola como un desafío al progreso. Gente marginada como mujeres, negros, comunidades indígenas o de origen rural, soldados sospechosos de desertar, inmigrantes... no ha tenido el derecho a expresarla y compartirla. Estaba reservado para los hombres blancos y ricos, que producían un discurso que difamaba a estas minorías como demasiado nostálgicas o incapaces de sentir nostalgia. Esa emoción no ha sido celebrada hasta hace bien poco, principalmente por la industria cultural”.

Texto
Borja
Bas

Mientras el algoritmo de Spotify nos ofrece la seguridad de escuchar música nueva que suena igual que la antigua que tanto nos gusta, las plataformas de *streaming* retienen y multiplican suscriptores manteniéndonos en un boyante bucle de nostalgia infinita. Véanse fenómenos como *Stranger things*, *Bruja Escarlata* y *Visión* o la infinita expansión de *Star Wars*. “Megacorporaciones como Disney y Netflix retratan estos universos como algo por lo que vale la pena sentir nostalgia; así, cuando estrenen nuevas entregas, el público las verá para aliviar ese sentimiento. Pero no nos equivoquemos: Marvel y *Star Wars* son marcas. Podemos sentir nostalgia por ellos y, por tanto, disfrutar consumiéndolos, pero son como Coca-Cola o Nike: mantienen una apariencia inalterable y con eso refuerzan nuestra lealtad. *Star Wars* no para de sacar entregas, así que ¿podemos echar de menos algo que no se ha ido y posiblemente no desaparecerá? Mientras tenga éxito seguirá ahí, en nuestras pantallas, en chucherías, en todas partes”.

¿Hay manera de escapar? Tanner dice que sí. “La historia de la nostalgia es la historia de la batalla por acabar con ella. Al ser la emoción dominante de nuestro tiempo, curarla también es una tendencia dominante. La mejor manera de huir es plantar cara a los intentos corporativos y fascistas de aliviarnosla, desde prometernos que un país volverá a los *buenos viejos tiempos* hasta insistir en que una franquicia como *Star Wars* es digna de sentir nostalgia produciendo más y más contenido bajo la premisa de satisfacer a los fans”.